

Sustainable Blue Economy Project

West Africa Sustainable Ocean Program (SBE-WASOP)

Termes de références

1. Informations générales

| | |
|-----------------------------|--|
| Intitulé de la mission | Elaboration de la stratégie de communication du programme WASOP, identité visuelle et kit de communication |
| Pays ou zone géographique | Travail à distance avec mission régulières dans les 13 pays bénéficiaires du projet WASOP et notamment Praia coordination du programme |
| Référence du projet | West Africa Sustainable Ocean Program (WASOP) |
| Mobilisation | 70 H/j pour l'ensemble de la prestation |
| Date de démarrage souhaitée | ASAP. Mission de février à juillet 2025. |



2. Contexte et justification

Le programme « **West Africa Sustainable Ocean Programme** » (WASOP), financé par l'Union européenne à hauteur de 59 M€, vise à améliorer l'utilisation durable et intégrée des ressources océaniques en Afrique de l'Ouest en stimulant une croissance économique inclusive. Le programme, d'une durée de 5 ans, interviendra dans 13 pays ouest africains : Cap Vert, Mauritanie, Sénégal, Gambie, Guinée, Guinée Bissau, Liberia, Sierra Leone, Côte d'Ivoire, Ghana, Togo, Bénin et Nigeria.

Le programme est divisé en trois piliers :

- Pilier 1 : "Renforcer la gouvernance océanique en Afrique de l'Ouest".
- Pilier 2 : "Soutenir une économie bleue innovante et durable".
- Pilier 3 : "Renforcer la résilience marine et côtière".

Expertise France est en charge de la **mise en œuvre directe du Pilier 2** "Soutenir une économie bleue innovante et durable" et de la **coordination générale du programme**. Une enveloppe de 28,5M€ est allouée pour ces actions.

L'objectif du pilier II est de fournir les services techniques et l'expertise nécessaires au développement et à la mise en œuvre d'une intervention durable de l'économie bleue en Afrique de l'Ouest.

Quatre résultats sont attendus pour Expertise France :

- R 1 : Mise en œuvre efficace du WASOP par les services de coordination.
- R 2 : Prestations de services d'expertise thématique et de soutien technique aux intervenants (soutien aux contenus thématiques du WASOP).
- R 3 : Sélection et mise en œuvre d'actions pilotes dans l'économie bleue durable.
- **R 4 : Soutenir les activités de communication du WASOP, y compris une sensibilisation au potentiel de l'économie bleue.**

Dans le contexte du résultat 4, il est prévu que le projet développe une stratégie de communication ainsi que des supports de communication qui font l'objet de la prestation présentée dans les présents TDR.

3. Objectifs et activités de la prestation

Objectifs

Cette prestation comporte un double objectif, à la fois stratégique et opérationnel :

1. Développer la stratégie de communication du projet et son plan d'action chiffré

Cette stratégie sera développée en conformité avec les règles de communication l'Union européenne, bailleur du projet, d'Expertise France, agence de mise en œuvre du projet, des partenaires et bénéficiaires du projet. Elle inclura les principaux objectifs du projet en termes de communication, à savoir :

- Améliorer la compréhension du potentiel de l'Économie Bleue Durable (EBD) en Afrique de l'Ouest et sensibiliser les acteurs concernés,
- Identifier les parties prenantes pertinentes impliquées dans l'EBD et créer un réseau d'acteurs en Afrique de l'Ouest,
- Assurer la visibilité institutionnelle différenciée des parties prenantes du projet et la diffusion de la capitalisation sur les résultats,
- La stratégie devra également contribuer à la coordination du programme WASOP (3 piliers).



La stratégie de communication sera alignée sur les principales communications de l'UE concernant la Gouvernance Intégrée des Océans et l'Économie Bleue. De plus, elle devra prendre en compte les enjeux liés au genre et au changement climatique.

Le périmètre de la stratégie est vaste puisque celle-ci doit à la fois traiter spécifiquement les enjeux de sensibilisation et communication autour de l'Économie Bleue Durable propres au pilier 2, mais également couvrir les enjeux de coordination de l'ensemble du programme WASOP qui sont de la responsabilité de la composante 2. Ces éléments devront être présentés distinctement dans la stratégie pour faciliter son déploiement.

La stratégie de communication sera déclinée en un kit d'outils incluant différents formats de communication, adaptés aux différents niveaux et cibles de communication. Les prestataires proposeront 3 premières communications du projet à travers les canaux de communication, adaptés aux cibles du programme : réseaux sociaux, site web du projet.

2. Développer les supports de communication du programme WASOP incluant une identité visuelle et charte graphique

- Elaborer une identité visuelle et une image de marque pour WASOP, afin de refléter les thèmes et les ambitions du programme, tout en respectant les règles de communication de l'EF ainsi que les obligations définies pour les bénéficiaires des financements de l'UE.
- Décliner l'identité visuelle en charte graphique et développer une série de supports de communication suivant cette charte.

Activités

1. Activités pour atteindre l'objectif 1

Obj. 1.1 Cadrage et élaboration d'une stratégie de communication

- Présentation de la méthodologie et du calendrier prévisionnel de la prestation, à l'issue d'une première réunion de cadrage avec l'équipe du projet
- Revue documentaire pour une bonne appropriation du périmètre et enjeux de WASOP (3 piliers avec notamment un focus sur le pilier 2 « Sustainable Blue Economy ») et panorama des acteurs et communications relatives à l'économie bleue en Afrique de l'Ouest.
 - Documentation WASOP : description de projet, règles de communications Expertise France et Union Européenne (et notamment du Global Gateway). Documents d'action spécifiques aux piliers 1 et 3, si disponibles.
 - Documentation à rechercher : benchmark des communications sur le secteur économie bleue en Afrique de l'Ouest.
 - Identification des acteurs/réseaux d'acteurs pertinents pour WASOP en matière de communication incluant des influenceurs.
 - Identification des événements relatifs à l'économie bleue en Afrique de l'Ouest/continentale et international.
- Identification des besoins et bonnes pratiques de communication WASOP à travers la réalisation d'entretiens (liste non exhaustive) :
 - Union Européenne :
 - La DUE à Praia : le chargé de communication et responsable de programme,
 - Bruxelles (INTPA, éventuellement DG MARE, voir programmes type ENMAR, Global Gateway),
 - en liaison avec la DUE de Praia, des entretiens pourront être organisés avec un représentant des DUE à Dakar et à Accra ainsi que toute autre DUE de la zone (par ex. Lomé, Abuja).
 - Expertise France : équipe WASOP - SBE projet et siège, référents WASOP - SBE du département Développement Durable, département communication,

- Partenaires de mise en œuvre pour les piliers 1 & 3 : FAO, EFCA, UICN, ainsi que les 2 commissions de pêche (Fisheries Committee for the West Central Gulf of Guinea & Fishery Commission for the Eastern Central Atlantic)
 - Au moins 2 entretiens à réaliser avec la CEDEAO (Direction de l'agriculture et pôle communication), organisation bénéficiaire et impliquée dans le pilotage WASOP
 - Pays bénéficiaires WASOP : un échantillon de représentants de pays bénéficiaire sera proposé pour être entretenu. Cet échantillon devra être représentatif (lusophone, anglophone, francophone, Golfe de Guinée vs Côte Atlantique).
 - Des représentants d'acteurs/bénéficiaires représentants de corporations en lien avec l'économie bleue, et société civile tels que le Réseau WACSOF de la CEDEAO. Ces derniers entretiens permettront d'affiner la construction des messages clés. Le consultant devra être force de proposition.
- Proposition d'une stratégie de communication externe et interne du programme WASOP et son plan d'actions chiffré, incluant :
- Objectifs, résultats attendus, méthodologie.
 - Listing de réseaux d'acteurs incluant une analyse.
 - Différentes cibles de communications, ainsi que la proposition de messages clés et de supports et formats adaptés à ces cibles.
 - Médias et canaux de diffusion incluant notamment les réseaux d'influenceurs et les médias nationaux/régionaux. Liste des comptes institutionnels / référents à « tagger » lors de la publication de posts.
 - Identification d'un pool de communicants médias et hors médias.
 - Calendrier prévisionnel des actions de communication du projet au format Excel. Le calendrier tiendra compte du calendrier du programme et des événements internationaux / régionaux en matière d'économie bleue ou de gestion durable des océans. Ce calendrier sera ensuite actualisé par l'expert communication WASOP.
 - Un plan d'action incluant un chronogramme et budget prévisionnel.

NB.

- **La création et l'animation d'une plateforme de type « réseau de praticiens / practitioners' network » est prévue dans le cadre de la mise en œuvre du projet. Un point d'attention spécifique devra être accordé à cette activité avec une proposition de cadrage spécifique de cette activité de communication.**
- **La communication interne du projet aura une partie dédiée. Il s'agira de garantir une communication régulière envers les partenaires directs du projet, notamment la DUE du Cap-Vert.**

Obj. 1.2 Définition d'outils de communication incluant différents formats de communication, adaptés aux différents niveaux et cibles de communication.

En tenant compte de la charte graphique (voir Objectif 2) et des règles de communication, les prestataires fourniront une proposition de contenu (en anglais et français) et de mise en forme (prévoir une proposition de texte et 2 proposition visuelles avec spécificité techniques pour l'impression et mise en forme numérique). La proposition inclura plusieurs révisions avec l'équipe WASOP et un aller-retour avec les partenaires suivants : DUE du Cap-Vert, partenaires de mise en œuvre (FAO, EFCA, IUCN, agences régionales des pêches) et CEDEAO.

Conception de fond :

- **Brochure** de présentation du programme WASOP (texte et visuel print et digital) et d'une brochure de présentation du pilier 2 ;
- **Kakémono** (format classique et format de bureau) de présentation du programme WASOP et de présentation du pilier 2 (texte et visuel print) ;
- Modèle d'un **dossier de presse** (paramétré pour l'atelier de lancement du programme) ;



- d'un **modèle de flyer / invitation numérique d'évènement WASOP et pilier 2** (paramétré pour l'atelier de lancement du programme) ;
- Modèle de flyer **d'annonce de side-event** (paramétré pour 1 side-event organisé à l'occasion de l'UNOC juin 2025 et 1 side-event en juin 2025).

NB. Ces outils de communication sont développés en langue anglaise, française et portugaise. Le prestataire, s'il l'estime pertinent, peut faire des propositions d'ajout d'outil de communication qu'il fera apparaître distinctement dans son offre technique et financière. L'ensemble des fichiers sources des documents finaux doit être livré par le prestataire.

Obj. 1.3 Proposer les premières communications du projet

Le prestataire proposera 3 communications relatives à la participation du programme WASOP aux événements majeurs identifiés pour le S1 2025 (tels que l'UNOC ou le forum sur l'EB au Cap vert), à travers les canaux de communication déjà identifiées, adaptées aux cibles du projet.

2. Activités pour atteindre l'objectif 2

Obj. 2.1 Elaborer une identité visuelle et une image de marque pour le programme WASOP, pour refléter les thèmes et ambitions du programme, tout en respectant les règles de communication d'EF et les obligations définies pour les bénéficiaires de financements UE.

- **Conception du logo du programme** afin d'asseoir l'identité du Projet, dans la communication online et print et les outils de marketing.

NB : Il s'agit de la création d'un logo – aucun logo n'existe sur ce projet pour le moment

- **L'univers graphique de référence** est le domaine de l'économie bleue durable et inclusive, la gestion durable des océans en Afrique de l'Ouest : villes côtières, pêche artisanale et industrielle durable, aquaculture, écotourisme, ports et infrastructures durables, etc. Le programme WASOP compte les 13 pays côtiers ouest africains (anglophone, lusophone, francophone) avec une approche régionale et nationale. S'il est possible de faire apparaître cette interconnexion / interdépendance / réseaux d'acteurs c'est idéal.
- **La tonalité** : dynamique, professionnelle, claire, institutionnelle et identifiable rapidement.
- Il est attendu **minimum 5 propositions** incluant des versions longues/courte avec l'intégration ou non du nom du projet, accompagnées de 1 à 3 lignes explicatives du logo et de sa symbolique.
- **Elaboration de l'identité visuelle** à partir du nom « **WASOP / West Africa Sustainable Ocean Program** » :
 - **L'univers graphique de référence** est le domaine de l'économie bleue, la gestion durable des océans en Afrique de l'Ouest : villes côtières, pêche, aquaculture, écotourisme, port et infrastructure durables, etc.
 - **La tonalité** : dynamique, professionnelle, claire, institutionnelle et identifiable rapidement. L'UE et la CEDEAO étant co-chair du programme, l'usage de couleurs correspondantes entre ces institutions pourrait être exploré.
 - L'identité visuelle devra être **déclinable** si souhaité par les piliers I et III.
- **Conception d'acronymes / noms / pictogrammes pour les composantes du pilier II** :

Le pilier II SBE WASOP comporte des composantes correspondants à des offres services proposées aux bénéficiaires du programme :

- Coordination du programme WASOP
- Blue Facility,
- Subventions pour des projets pilotes,
- Réseau de praticiens / practitioners' network,
- Communication et gestion des connaissances, etc.



Pour une image de marque cohérente et lisible il est nécessaire de proposer une identité pour chacune de ces activités avec un nom / acronyme court (ex : Blue Facility), permettant à chaque composante du pilier II SBE WASOP de se présenter dans une cohérence générale. Un pictogramme spécifique à chaque composante devrait être proposé.

Au minimum **3 propositions** incluant un échantillon de déclinaisons dans la papèterie du projet, accompagné de 1 à 3 lignes explicatives : par ex., 1ère page de rapport, papier à en-tête, affiches possibles, carte de visite, etc.

Obj. 2.1 Décliner l'identité visuelle sous forme de charte graphique pour des outils de communication (affiches, kakémono, brochure, etc.) et l'ensemble de la papèterie du projet.

- **Proposer une charte graphique :**
 - Couleurs,
 - Position dans la page sur tous les supports (courrier, bordereaux, brochures),
 - Déclinaisons sur des fonds blancs et de couleurs et les interdits,
 - Polices de caractère.
 - Au minimum **3 propositions** incluant un échantillon de déclinaisons dans la papèterie du projet, accompagné de 1 à 3 lignes explicatives : par ex., 1ère page de rapport, papier à en-tête, affiches possibles, carte de visite, etc.

- **Paramétrage de la papèterie et du kit d'outils de travail issue de la charte graphique**
 - Document papier à en-tête ;
 - Modèle de cartes de visites ;
 - Modèle de communiqué de presse et revue de presse ;
 - Modèles en français, anglais, portugais, avec la charte graphique paramétrée dans les puces/titres/tableaux :
 - Présentation Powerpoint : développer un modèle à utiliser par Expertise France et un modèle à utiliser par les prestataires d'Expertise France avec l'espace logo du partenaire ou du prestataire
 - Tableur Excel
 - Rapport au format Word dynamique, intégrant des encadrés de texte, croquis, images avec légende, tableau, graphiques.
Type de rapports : (i) avancées des activités et (ii) livrables techniques / études de faisabilité ou d'ingénierie, décliné à la fois en format portrait et paysage.
Une page de mention obligatoire sera à intégrer et mettre en forme dans la proposition, incluant notamment le logo des partenaires. Expertise France fournira les mentions obligatoires écrites (format Word) lors de la contractualisation.
 - Modèle de Termes de références

NB. les modèles de papèterie développés doivent être « user friendly » et adaptés au format spécifique. Les modèles de papèterie sont remis paramétrés et remis en langue anglaise, française et portugaise.

4. Calendrier et livrables

Calendrier & Livrables

La mission aura une durée indicative totale de **65 jours de février à juillet 2024** et comprendra les activités comme suit. Le volume jour est indicatif et inclut les allers-retours. Le plan de travail détaillé sera élaboré par l'expert au début de la mission pour convenir des livrables et des modalités de travail pour chaque étape du processus (à distance / sur le terrain).

La stratégie de communication est à remettre en anglais accompagnée d'une présentation PPT de présentation des points saillants selon la charte graphique validée. Toutes les versions sources des supports de communication sont livrés.

| Livrables | Date limite | Nb H/j | février | mars | avril | mai | juin | juillet |
|--|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Objectif 1 - Stratégie de communication | | | | | | | | |
| Livrables intermédiaires | | | | | | | | |
| Cadrage Méthodologie et calendrier prévisionnel | | 2 | VF | | | | | |
| Revue documentaire et synthèse | | 3 | VF | | | | | |
| Livrables finaux | | | | | | | | |
| Stratégie de communication interne et externe pour le programme général et pour le pilier 2 - plan d'action chiffré; - planning prévisionnel; - calendrier/matrice des événements régionaux /internationaux en lien avec l'EB et la gestion intégrée des océans. | Juillet : Actualisation de la stratégie de communication à l'aune des notes de concept pour la Blue Facility et les projets pilotes. | 25 | | V1 | | V2 | | VF |
| Outils de communication Livraison des fichiers sources | | | | V1 | | V2 | | VF |
| 3 premières communications du projet (1, 2, 3) | | 6 | | | | C1 | C2 | C3 |
| Objectif 2 - Identité visuelle et image de marque | | | | | | | | |
| Livrables intermédiaires | | | | | | | | |
| Logo 5 propositions et descriptions | V1 10 j. ouverts après signature du contrat | 5 | V1 | VF | | | | |
| Identité visuelle | | 15 | V1 | VF | | | | |
| Logos et identités par composante | | 5 | | V1 | VF | | | |
| Livrables finaux | | | | | | | | |
| Charte graphique | V1 10 j. ouverts après validation de l'identité visuelle | | | V1 | VF | | | |
| Conception du kit communication (texte et visuel print et numérique) incluant la livraison des fichiers finaux sources (type in design) | | 15 | | | V1 | VF | | |

5. Profils souhaités

Equipe

- 1 chef de mission (pouvant s'adjoindre de plusieurs compétences complémentaires : expert économie bleue, expert média Afrique de l'Ouest, expert communication, etc.)
- 1 graphiste

Un expert, binôme ou équipe d'expert peut être constitué pour cette prestation. Dans le cas où un binôme d'expert est constitué, les responsabilités devront être clairement définies dans l'offre technique et les prestations de chaque expert chiffrées dans l'offre financière.

Formation et expériences attendue du chef de mission :

- Titulaire d'un diplôme d'études supérieures (bac+5 minimum) en communication, médias, économie du développement, sciences politiques ou sociales, coopération internationale, statistiques appliquées, agronomie, ou tout autre profil en adéquation avec les missions à réaliser ;
- Expérience d'au moins 10 ans dans la communication de projet de coopération appliqué à la préservation de l'environnement.
- Expérience de l'élaboration de stratégie de communication et plan d'action de communication
- Expérience des projets de coopération en Afrique de l'Ouest
- Expérience de communication autour des enjeux de l'économie bleue, la gestion intégrée des océans, les ateliers et forums internationaux en lien avec la mer, l'économie bleue climat, la biodiversité
- Expérience des réseaux de communications de l'économie bleue, la gestion intégrée des océans, les ateliers et forums internationaux en lien avec la mer, l'économie bleue climat, la biodiversité en Afrique de l'Ouest et au niveau des pays bénéficiaires
- Expérience du développement (fond/forme) d'outils de communication : brochure, kakemonos, etc.
- Expérience de travail avec Expertise France et de communication de projet de coopération financé par l'Union Européenne est un atout.

Compétences générales :

- Maîtrise des enjeux et positionnements des acteurs/partenaires des projets de coopérations ;
- Capacité de synthèse des enjeux et élaboration de messages adaptés à différentes cibles ;
- Excellente aptitudes rédactionnelles confirmées ;
- Maîtrise des codes et pratiques de communication en Afrique de l'Ouest, connaissance des réseaux médias ;
- Maîtrise de la méthodologie de développement (contenu/design) des supports de communication (brochure/kakémono) ;
- Forte capacité de travail en équipe, esprit d'initiative, sens de l'organisation et autonomie ;

6. Candidatures

Les candidatures doivent inclure les éléments suivants :

1. Un CV détaillé de l'expert.e proposé.e et, le cas échéant, des experts mobilisés ;
2. Une offre technique sous forme de commentaire sur les TDR (maximum 2 pages) et chronogramme d'intervention ;

3. Liste d'au moins 3 réseaux médias pertinents en Afrique de l'Ouest ou sur l'Economie bleue où relayer les communications du projet ;
4. Une liste de trois références de précédentes missions effectuées ;
5. 2 exemples de travaux similaires pour la partie graphisme (2 logos, 2 exemples de brochures de projet) ;
6. Une proposition financière détaillée incluant un taux journalier pour chaque expert et une estimation de volume d'H/j par expert.

Les candidatures doivent être envoyées avant le 14 février au lien figurant dans l'annonce sur le site d'Expertise France.

